Imprimer

1997/12/11 La prédominance du français augmente dans les commerces à Montréal

Québec, 11 décembre 1997. - La présence du français est très forte et sa prédominance augmente, telles sont les deux principales conclusions de la recherche sur « L'évolution de la situation de l'affichage à Montréal de 1995 à 1997 » effectuée conjointement par les organismes de la Charte de la langue française. Le rapport est déposé aujourd'hui auprès de la Ministre responsable de la Charte de la langue française.

La présidente du Conseil de la langue française, Madame Nadia Brédimas-Assimopoulos présente cette recherche qui dresse un portrait représentatif de l'affichage pour l'ensemble de l'Île-de-Montréal.

La prédominance du français augmente dans les commerces

En 1997, pour l'ensemble de l'Île, 78,4 % des commerces (74,9 % en 1995) présentent plus des deux tiers de leurs messages en français dont 45,7 % uniquement en français (tableau 6).

À l'ouest de la rue Saint-Laurent, 70,8 % des commerces ont plus des deux tiers de leurs messages unilingues français (tableau 6).

Plus spécifiquement dans la zone ouest, c'est-à-dire à l'ouest de la rue Atwater, la proportion des commerces présentant des messages unilingues français a augmenté à 68,2 % en 1997, contre 57,9 % en 1996 et 58,5 % en 1995 (tableau 6).

Par ailleurs dans la zone est, c'est-à-dire à l'est de la rue Papineau, la proportion des commerces dont les messages en français sont prédominants est de : 90,4 % en 1997, 87,8 % en 1996 et 88,1 % en 1995 (tableau 6).

Le visage linguistique dans l'affichage des commerces

Dans l'affichage global des commerces, la présence du français se maintient à un très haut niveau et augmente constamment : elle atteint 97,3 % des commerces en 1997 contre 94 % en 1996 et 1995 (tableau 1).

À l'ouest de la rue Atwater, la présence du français a augmenté d'une manière statistiquement significative quoique à un niveau légèrement inférieur à celui de l'ensemble de l'Île : 94,6 % en 1997, alors que le taux était de 89,8 % en 1996 et 89,7 % en 1995 (tableau 2).

En contrepartie, l'affichage unilingue anglais se situe à 0,9 % en 1997, contre 2,6 % en 1996 et 2,5 % en 1995. (tableau 4).

La prédominance du français va de pair avec une augmentation de l'usage des autres langues

Bien que la présence et la prédominance du français aient augmenté en général, nous notons qu'il y a augmentation de la présence des autres langues dans l'affichage, donc une diminution de l'unilinguisme français de 48,7 % à 45,7 % (tableau 3). Selon la norme retenue, il suffit de la présence d'un seul message dans une autre langue, indépendamment du nombre de messages en français, pour changer de catégorie.

Les zones centre et nord de l'Île-de-Montréal sont en pleine mutation, ce qui se reflète dans l'affichage des commerces.

Les zones centre et nord permettent de saisir la complexité et les paradoxes de l'affichage commercial.

Dans la zone nord, qui s'étend de la rue Papineau et la projection d'Atwater, au nord de la rue Sherbrooke jusqu'à la rivière des Prairies, l'affichage unilingue français a diminué d'une manière statistiquement significative de 54,1 % à 45,7 % (tableau 3).

En effet, si la présence du français a atteint 97,7 % des commerces, on constate en même temps une présence accrue de l'anglais de 38,9 % en 1996 à 48,2 % en 1997 (tableau 2).

Dans la zone centre, le seul changement statistiquement significatif est l'augmentation des langues tierces (tableau 2).

« La lecture de l'ensemble du rapport montre que la prédominance et la présence du français s'améliorent, y compris dans l'ouest, de déclarer la présidente du Conseil de la langue française, même s'il y a encore des zones où la situation reste fragile. »

Les organismes qui ont participé à la recherche sont : la Commission de protection de la langue française, le Conseil de la langue française, l'Office de la langue française et le Secrétariat à la politique linguistique. L'enquête de 1995 a porté sur près de 3 000 commerces et plus de 26 000 messages. Celle de 1996 touche 2 000 commerces sur rue et 17 000 messages. Et celle de 1997 couvre quelque 2 000 commerces et plus de 19 000 messages.

Madame Nadia Brédimas-Assimopoulos est disponible pour répondre aux questions sur cette recherche.

En annexe, la carte des secteurs et des zones ainsi que les tableaux correspondants:

Tableau 1

Présence des langues dans les commerces de l'Île-de-Montréal, en %

	1995	1996	1997
Français	94,0	94,0	97,3*
Anglais	45,2	43,7	49,5*
Langues tierces	6,0	4,7	8,2*
Nombre de commerces	2008	2040	2016

*Différences significatives avec les deux années précédentes

Tableau 2

Présence des langues dans les commerces de l'Île-de-Montréal, selon les zones, en %

	Français	Anglais	Langues tierces	N
Centre				
1995	95,9	48,4	7,4	217
1996	97,8	51,3	8,0	224
1997	98,9	54,5	14,3*	309
Est				
1995	97,1	33,4	7,2	594
1996	97,0	30,3	3,6	640

1997	99,3	33,3	6,0	490
Ouest				
1995	89,7	57,9	2,8	755
1996	89,8	55,4	3,2	755
1997	94,6*	60,5	5,1	647
Nord				
1995	96,4	37,8	9,3	442
1996	95,0	38,9	7,3	421
1997	97,7	48,2*	0,5	569
*Différence significative avec les deux années précédentes				

Les commerces qui n'affichent que dans une seule langue

Tableau 3

Pourcentage de commerces avec affichage unilingue français
Île-de-Montréal, 1995, 1996 et 1997

	1995	1996	1997
Île-de-Montréal	48,7	50,5	45,7**
Secteurs			
Est	61,7	62,0	51,8
Ouest	38,3	39,9	35,6
Zones			
Centre	46,5	42,4	40,1
Est	61,1	64,7	63,4
Ouest	36,2	38,7	35,1
Nord	54,1	54,5	45,7*

* Différence significative avec les deux années précédentes
** Différence significative avec 1996

Note : La variable « unilingue français » n'exclut pas les commerces qui avaient un affichage unilingue français mais une raison sociale « indéterminable »

Tableau 4

Pourcentage de commerces avec affichage unilingue anglais
Île-de-Montréal, 1995, 1996 et 1997

	1995	1996	1997
Île-de-Montréal	2,5	2,6	0,9*
Secteurs			
Est	0,9	0,3	0,1
Ouest	3,8	4,7	1,5*
Zones			
Centre	0,9	1,8	1,1
Est	0,8	0,3	0,1

Ouest	5,4	5,3	2,1*
Nord	0,7	1,9	0,2

* Différence significative avec les deux années précédentes

Note : La variable « unilingue anglais » n'exclut pas les commerces qui avaient un affichage unilingue anglais mais une raison sociale « indéterminable »

Tableau 5

Répartition des commerces sans affichage français
par rapport à l'ensemble des commerces
Montréal, par secteurs et par zones,
1995, 1996 et 1997, en %

	1995	1996	1997
Île-de-Montréal	2,6	2,8	1,0*
Secteurs			
Est	0,9	0,6	0,2
Ouest	4,0	4,9	1,5*
Zones			
Centre	0,9	1,8	1,1
Est	0,8	0,5	0,1
Ouest	5,6	5,4	2,1*
Nord	0,7	2,4	0,5**

* Différence significative avec les deux années précédentes

** Différence significative avec 1996

Tableau 6

Pourcentage de commerces selon la proportion
de messages unilingues français dans leur affichage,
Île-de-Montréal, 1995, 1996, 1997

			1995	1996	1997
Île-de-Montréal		<66 %	25,1	25,6	21,6*
		entre 66 % et 99 %	26,2	23,9	32,7*
		100 %	18,7	50,6	45,7
		(prédominance)	(74,9)	(74,4)	(78,4)
Secteurs	Est	<66 %	11,2	12,0	9,5
		entre 66 % et 99 %	27,0	25,3	28,7
		100 %	61,7	61,9	61,8
		(prédominance)	(88,7)	(87,2)	(90,5)

	Ouest	<66 %	36,1	37,4	29,2*
		entre 66 % et 99 %	25,6	22,7	35,2*
		100 %	38,3	39,9	35,6
		(prédominance)	(53,9)	(62,5)	(70,8)
Zones	Centre	<66 %	19,3	20,8	24,3
		entre 66 % et 99 %	34,6	36,8	35,6
		100 %	46,6	42,2	40,1
		(prédominance)	(80,7)	(79,1)	(75,7)
	Est	<66 %	11,9	12,2	9,6
		entre 66 % et 99 %	27,0	28,0	27,1
		100 %	61,1	64,8	53,3
		(prédominance)	(88,1)	(87,8)	(80,4)
	Ouest	<66 %	41,7	42,1	31,8*
		entre 66 % et 99 %	22,3	19,3	33,1*
		100 %	36,2	38,6	35,1
		(prédominance)	(58,5)	(57,8)	(58,2)
	Nord	<66 %	17,6	18,7	18,8
		entre 66 % et 99 %	28,3	26,8	35,5*
		100 %	54,2	54,5	45,7*
		(prédominance)	(82,5)	(81,3)	(81,2)
* Différence significative avec les deux années précédentes					